

### **Пропаганда в компьютерных играх**

На сегодняшний день средства коммуникации приобретают все большую популярность. Одним из этих средств являются компьютерные игры, которые давно стали элементом массовой культуры и, как это происходит с любой востребованной сферой жизни, – орудием пропаганды. Феномену пропаганды с использованием компьютерных технологий в пространстве компьютерных игр как среды и как инструмента пропаганды и посвящена данная работа.

Для начала следует определить, что такое пропаганда. В научном дискурсе существует ряд определений данного термина, но их можно свести к следующему: пропаганда (лат. *propaganda* – «подлежащая распространению») – распространение информации, фактов, аргументов, слухов и других сведений, в том числе ложных, с целью воздействия на общественное мнение.

Существует ряд мнений о том, каким образом следует классифицировать пропаганду. В целях исследования мы предлагаем разделить её на 2 подвиды: пропаганду, проводимую с помощью компьютерных игр, и пропаганду, проводимую с помощью сети Интернет (а так же иных сетевых технологий).

В данной работе предполагается подробнее рассмотреть пропаганду, проводимую с помощью компьютерных игр как менее изученную социальной наукой.

В качестве примера такого феномена мы можем вспомнить произошедший в начале года скандал, вследствие которого в России была предпринята попытка запрета компьютерной игры “Call Of Duty: Modern Warfare 2”. Кроме того, можно упомянуть такие игры, как “Red Alert”, вся линия игр “Command&Conquer”, серия игр «Противостояние» (а в особенности часть 2008 года, выпущенная под названием «Противостояние: принуждение к миру»), подробнее о которых мы поговорим далее.

Киберпропаганда является явлением «экзотическим», потому что использовать его могут только государства, имеющие собственные крупные компании-разработчики. Наиболее крупные из этого небольшого количества – США и Российская Федерация. Пропаганда в играх этих стран является, прежде всего, политической. Так, в играх серии “Command&Conquer” Россия, СССР, Китай, страны ислама (в зависимости от игры) предстают в роли завоевателей и агрессоров, а США (Союзники) в роли освободителей. Игры серий “Command&Conquer” и “Call Of Duty” разработаны американскими компаниями-разработчиками, вследствие чего США как герой компьютерной игры представлены в образе сверхмощного государства с новейшими технологиями, а остальные страны имеют отсталую инфраструктуру и дикое население.

«Целевую группу» данного вида пропаганды составляют дети среднего и старшего школьного возраста, поскольку, во-первых, эта категория больше других играет в компьютерные игры, а во-вторых, процесс социализации у них находится на одной из самых активных стадий, и из-за влияния игр они получают некий вариант киберсоциализации.

Судить об эффективности данного способа пропаганды, на мой взгляд, еще рано, поскольку ни одно поколение еще нельзя назвать выросшим на этих играх; однако данный способ пропаганды может оказаться более эффективным, чем пропаганда с помощью телевидения и кино, поскольку «киберпропаганда» подразумевает интерактивность.

Таким образом, киберпропаганда – это активно развивающийся феномен коммуникативного общества, являющийся достаточно молодым видом пропаганды, практически не изученным, эффективным и достаточно непредсказуемым по результатам.